

LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR GADING KIOS 45

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Psikologi



Disusun oleh :

VINDAWATI NURCHASANA

F 100 110 154

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2015

LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR GADING KIOS 45

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Psikologi

Disusun oleh :

VINDAWATI NURCHASANA

F 100 110 154

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR GADING KIOS 45

Yang Diajukan Oleh :

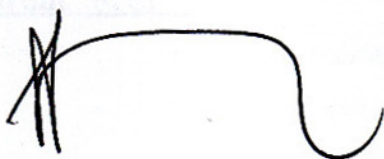
VINDAWATI NURCHASANA

F 100 110 154

Telah disetujui untuk dipertahankan
di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :

Pembimbing



Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si

4 November 2015

LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR GADING KIOS 45

Yang diajukan oleh :

Vindawati Nurchasanah

F 100110154

Telah di Pertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 10 November 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama

Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si

Penguji Pendamping 1

Drs. Mohammad Amir, M. Si

Penguji Pendamping II

Dra. Partini, M. Si

Surakarta, 10 November 2015



Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,

Taufik, M.Si., Ph.D

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vindawati Nurchasanah

Nim : F 100 110 154

Fakultas/jurusan: Psikologi/Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Judul : LOYALITAS PELANGGAN YANG BERBELANJA DI PASAR
GADING KIOS 45

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan skripsi dari jasa pembuat skripsi. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima konsekuensinya apabila melakukan plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan.

Surakarta, 11 Oktober 2015

Yang Menyatakan



Vindawati Nurchasanah

VISI DAN MISI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

VISI :

Menjadi Pusat Pendidikan Psikologi yang Mengedepankan
Risalah Islam dan Budaya Indonesia

MISI :

Mengembangkan Pendidikan Psikologi diTingkat Sarjana
dan Magister Psikologi Profesi

TUJUAN :

Menjadi Fakultas Psikologi yang Terkemuka di Indonesia
Meningkatkan Peran Psikologi
dalam Upaya Membangun Kualitas Kesehatan Mental Masyarakat

PERSEMBAHAN

- ❖ Kedua orang tua penulis, Ibu dan Bapak tercinta.
- ❖ Sahabat-sahabat tersayang
- ❖ Almamater Fakultas Psikologi UMS

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul “Loyalitas Pelanggan Yang Berbelanja Di Pasar Gading Kios 45” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini mempunyai kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Taufik, M.Si., Ph D., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berkenan memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Dra. Kris Pujiatni S. Dosen pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Siselaku pembimbing utama yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan masukan, bimbingan, ilmu, petunjuk yang sangat bermanfaat hingga penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Drs. Mohammad Amir, M.Si selaku dosen penguji I dan Dra. Partini, M.Si selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan, petunjuk dan saran-saran sehingga menyelesaikan studi penulis.
5. Bapak Yudhi Satria Restu, SE, S.Psi, M.Psi selaku dosen matakuliah Aplikasi Industri yang telah memberi masukan kepada penulis tentang judul penelitian ini, sehingga penulis lebih percaya diri dalam mengangkat judul ini dan menyelesaikannya dengan baik.
6. Bapak Sholikin dan Ibu Hetiyati selaku pemilik Kios 45 yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Seluruh pelanggan Kios 45 yang telah bersedia meluangkan waktu kepada penulis untuk melakukan wawancara.
8. Dosen serta seluruh staff tata usaha dan biro skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu kelancaran studi penulis.
9. Mas Achmad Khumaidi, terimakasih atas dukungan dan nasihat yang diberikan kepada penulis
10. Teman kesayangan penulis: Mia, Nindyta, Inur, Novita, Syifa, Misil, Fatime, Lilis, Zul, Kiki, Pinka. Terimakasih atas pertemanan ini, semoga silaturahmi tidak pernah berhenti.
11. Teman-teman Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya angkatan 2011 yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis baik selama melakukan penelitian maupun dalam penulisan penelitian ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak hingga selesainya skripsi ini, jazakumulloh khoiron katsiron.

Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, baik didasarkan pada keterbatasan pengetahuan dan pengalaman oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan dan peneliti menerima dengan senang hati.

Akhirnya, penulis berdoa semoga amal baik bapak-ibu, saudara-saudara semua diterima oleh Allah SWT. Semoga karya ini bisa bermanfaat bagi orang lain. Amin

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surakarta, 11 Oktober 2015

Penulis

MOTTO

“tawaa shoubil haq, wa tawaa shoubis shobr”

(QS Al-Ashr’: 3)

Saling menasehati dengan kebenaran dan saling menasehati dengan kesabaran

“Kekayaan (yang hakiki) bukanlah dengan banyaknya harta. Namun, kekayaan (yang hakiki) adalah hati yang selalu merasa cukup.”

(HR. Bukhori no. 6446 dan Muslim no. 1051)

Manusia hanya bisa berencana dan berusaha, tapi Allah yang menentukan

(Penulis)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
VISI DAN MISI.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
MOTTO.....	xi
DAFTAR ISI	xii
_Toc439237440ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	10
C. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Loyalitas Pelanggan	12
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	12
2. Aspek-aspek loyalitas pelanggan	12
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan	14
4. Jenis-jenis loyalitas.....	19

5. Upaya-upaya mempertahankan loyalitas pelanggan	20
B. Pasar	22
1. Pengertian pasar	22
2. Jenis-jenis pasar.....	26
3. Sistem Pasar Tradisional	33
C. Dinamika Loyalitas Pelanggan	40
D. Pertanyaan Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Gejala Penelitian	43
B. Definisi Operasional Gejala Penelitian	44
C. Informan Penelitian.....	44
D. Metode Pengumpulan Data	44
1. Wawancara	45
2. Observasi	47
E. Validitas.....	49
F. Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Persiapan Penelitian	50
B. Orientasi Kancan.....	50
1. Perizinan	51
2. Persiapan Alat Pengumpulan Data	51
C. Pengumpulan Data	53
1. Prosedur pengumpulan data	53

D. Hasil Penelitian	54
1. Hasil Kategorisasi.....	54
2. Hasil Observasi.....	61
3. Hasil Wawancara	65
E. Pembahasan Umum.....	70
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

CUSTOMERS LOYALTY OF THE GADING MARKET IN KIOS 45

Vindawati Nurchasanah
Susatyo Yuwono
Vindachasanah@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the dynamic loyalty of the Gading Market customers in Kios 45. The number of the informant is 10 people who always shop in Kios 45. The election of the informant is based on the purposive sampling. There are three divisions of the informant. First, three informants are people who go shopping for 10-15 years. Second, four informants are people who go shopping for 14-20 years. Third, the informants are people who go shopping for more than 20 years.

The result of this research is the customers of Kios 45 is concluded as loyal customers. This is shown from the customer who always buy product in big amount. They never bargained products. And they used to recommend Kios 45 to others and show the demerits of other stores. The customers of Kios 45 are customers who have high loyalty. According to loyalty degree, nine informants go shopping 6-7 days which is called as premium loyalty. And informant BG who show the hidden loyalty because they only go shopping 3 days per week.

Every customer has different reason to go shopping at Kios 45. Aj said, he buy products in Kios 45 because of the exact scales. SL said in other store the scales is not exact, but in Kios 45 it's always exact. On the other hand, informant BN and YN said that it feels comfort to share story with the seller. This can't be happened in other store. Informant SP and SH said that the price in Kios 45 follow the price market. If the price is high, so the price of the products will be high. When the price is low, the price of the product will also be low. Informant BG said that he knows the owner of Kios 45 from one community. Informant AT said that he never feel awkward when he go shopping in Kios 45. He never feel the same in other stores. SR said the prices in Kios 45 is very low, so we can sell the product again. Besides, we don't need transport when we go shopping. Informant TK has a reason that she becomes the customer of kios 45 because of the good quality of the product.

Keyword : *Loyalty, Traditional Market*

LOYALITAS PELANGGAN DI PASAR GADING KIOS 45

Vindawati Nurchasanah
Susatyo Yuwono
Vindachasanah@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan di Pasar Gading Kios 45. Informan penelitian berjumlah 10 orang. Pemilihan informan berdasarkan *purposive sampling* dengan kriteria 3 orang informan yang berbelanja 10-15 tahun, 4 orang informan yang berbelanja 14-20 tahun, dan 3 orang yang berbelanja lebih dari 20 tahun.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah pelanggan di Kios 45 termasuk pelanggan yang loyal. Ditunjukkan dengan banyak membeli produk, ditunjukkan dengan banyak membeli produk, tidak sensitif harga atau tidak pernah melakukan tawar-menawar, merekomendasikan Kios 45 kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari toko lain. Pelanggan di Kios 45 termasuk pelanggan yang mempunyai tingkat loyalitas premium dan loyalitas tersembunyi. Menurut tingkatan loyalitas, Sembilan informan melakukan pembelian 6-7 hari yang dikategorikan sebagai loyalitas premium. Dan informan BG yang menunjukkan loyalitas tersembunyi karena berbelanja hanya 3 hari dalam seminggu.

Setiap pelanggan mempunyai alasan yang berbeda untuk berbelanja di Kios 45, AJ mengatakan bahwa alasan berbelanja di Kios 45 adalah timbangan pas. SL menyatakan bahwa di Kios lain ada yang timbangan kurang, tetapi di Kios 45 timbangan pas. Sedangkan Informan BM dan YN merasa bahwa enak bisa saling berbagi cerita dengan pedagang, hal ini belum tentu bisa terjadi di kios lain. Informan SP dan SH beralasan bahwa harga di Kios 45 mengikuti harga pasar pada umumnya jika harga naik maka harga akan naik dan jika harga turun maka akan diturunkan juga. Informan BG mengatakan bahwa telah mengenal dengan pedagang di Kios 45 karena satu jamaah. Informan AT mengatakan bahwa berbelanja di Kios 45 tidak canggung, hal itu tidak dirasakan ketika di kios lain. SR menyatakan tidak seperti di kios lain, bahwa di Kios 45 harga murah bisa dijual kembali dan tidak memerlukan transport ketika berbelanja. Informan TK beralasan bahwa sudah berlangganan ketan di Kios 45 karena kualitasnya berbeda dengan kios lain.

Kata kunci : Loyalitas, Pasar Tradisional